# 中华优秀传统文化的视听叙事策略探析

赵 畅
（河南大学新闻与传播学院，河南 开封 475001）

**摘要：**【目的】在中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展的实践中，电视文化类节目凭借其视听叙事的表征功能，有效推动了传统文化的传承发展。【方法】运用案例分析和文本诠释的方法，考察电视文化类节目在叙事主题、视角和模式上如何构建传统文化视听叙事新策略。【结果】电视文化类节目在物态、行为、心态三个层面定位了叙事主题；从多元化叙事视角呈现传统文化面貌；通过跨媒介叙事手法扩展叙事维度，勾勒出逻辑清晰的中华优秀传统文化叙事轮廓，使观众在传统文化的“活化”体验中建立起对民族和文化的自豪与认同。【结论】电视文化类节目肩负弘扬中华优秀传统文化之重任，以新颖多元形式展示并解读传统文化，丰富民众精神生活，推动文化繁荣，坚定文化自信，为新时代电视内容传播提供有益借鉴。

**关键词：**中华优秀传统文化；电视文化类节目；文化自信；传统文化　　**中图分类号：**G247　　**文献标识码：**A
**本文编号：**1671-0134（2024）08-41-05　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2024.08.008
**本文著录格式：**赵畅 . 中华优秀传统文化的视听叙事策略探析 [J]. 中国传媒科技，2024，31（8）：41-45.

中华优秀传统文化作为中华民族的突出优势，是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的根基，必须结合新的时代条件传承和弘扬好。[1] 在新时代的文化传播版图中，电视文化类节目作为重要的文化传播载体，其叙事策略在传承和弘扬中华优秀传统文化方面的作用不可小觑。当前，我国电视文化类节目发展势头强劲，涌现出如《典籍里的中国》《上新了・故宫》《国家宝藏》《中国家宴》《非遗里的中国》等一批风格独特的视听产品，激发了中华优秀传统文化的活力。这些节目深入挖掘传统文化元素，创新叙事手法，注重情感共鸣，成为连接传统文化与现代社会的关键纽带。本文以电视文化类节目为研究对象，旨在探讨文化类节目如何在保持文化内核的基础上，建构传统文化视听叙事的新策略，更好地实现优秀文化传播、主流价值引领等目标，以期为我国文化类节目的发展提供有益的借鉴和启示。

## 1. 叙事主题：中华文化的多层次表达

中华优秀传统文化作为中华民族的文化根脉，不仅塑造了国人的思想与精神内核，而且蕴含丰富的当代价值和世界意义，其精神标识与当代文化精髓亟待提炼与展示。在文化类节目中，传统文化的多层次表达不仅体现在物态文化的形象呈现，而且还涉及行为文化、心态文化。

### 1.1 物态文化：承载与传承

人类加工创造的各种器物，即“物化的知识力量”，构成了物态文化层。它是人的物质生产活动及其产品的总和，是可感知的、具有物质实体的文化事物，构成整个文化创造的基础。[2] 在中华传统文化的传承与创新中，物态文化以特定的时代价值以及文化意义，成为探讨中华传统文化的重要关切。近年来，中华文化的电视传播在这一背景下应运而生，通过电视文化节目，物态文化得以生动地呈现给观众，使观众在欣赏节目的同时，感受到物态文化所蕴含的时代价值和文化意义。

一方面，物态文化彰显了中华民族的智慧结晶，反映了我国悠久的历史底蕴，体现了古代工匠和艺术家们的精湛技术。通过对这些物态文化的深入研究和传承，我们可以更好地理解中华民族的传统文化，为当代社会的发展提供精神支撑和智慧启迪。《国家宝藏》《如果国宝会说话》《典籍里的中国》等节目将镜头对准了见证中华五千年历史文明变迁的国家级文物瑰宝和历史珍藏，它们或是上古时期精美的陶器、青铜器，或是隋唐时期气势恢宏的书法绘画，又或是享誉中外、流传千古的典籍。这些文物瑰宝不仅凝聚了先哲们的智慧，而且承载了深植于民族血脉中的中国文化基因，它们在传统文化的时代表达和精神传承中发挥了关键作用，为文化传承提供了富有活力的表达元素。

另一方面，物态文化体现了中华民族独特的美学思想，反映了特定历史时期的社会制度、审美观念和科技水平。历经世代，物态文化的精髓得以传承至今，为我国当代文化建设提供了丰富的素材与启示。例如《遇见天坛》《了不起的长城》等电视文化节目，依托于我国标志性的历史遗迹，关注古代美学观念、建筑智慧和哲学思想，借助嘉宾的沉浸式探访与追溯，

彰显先辈贤人传承千年的哲学思维与处世原则。这些在荧幕上呈现出的以历史文物和传统建筑为代表的非言语性的叙事元素能够让观众产生自豪感和认同感，基于这些元素自身独特的造型和文化价值，借助电视化的视听形式，最终实现了文化内涵的立体化传达。

### 1.2 行为文化：记忆与认同

在社会实践中，人类行为尤其是人际交往过程中所形成的习俗性定势，共同构建了行为文化层。这一层次的文化主要表现为民风民俗，渗透在日常举止中，具备鲜明的民族与地域特色。简而言之，行为文化是人们在生活过程中所形成的习惯、风俗、节庆等非物质文化遗产。电视文化类节目通过对各种传统节日的展示，以及各种民俗活动的呈现，让受众在观看过程中唤起对传统文化的记忆，从而增强对传统文化的认同感。

非物质文化遗产作为中华文明的历史积淀，成为连接过去与现在的纽带，为现代社会提供了丰富的历史和文化资源。德国社会学家扬·阿斯曼（Jan Assmann）在《文化记忆》一书中提出：“文化记忆是对过去的符号意义进行传承，这种传承通过文化空间得以实现，并产生一种称为‘凝聚性结构’的现象。”[3]作为文化记忆的非遗，通过与现代视听传播手段和生活的融合，构建了具有凝聚力的人文空间。央视的文化类节目《非遗里的中国》聚焦中国不同地域的非遗文化，走进浙江、江苏、云南、四川和湖南等省份，借由文化访谈、影视演绎、歌舞表演、还原绝技等多种节目形式来打开非遗，通过视听空间打破了观众与非遗的地理间隔，多维度呈现非遗的创新成果、历史价值、民族韵味、艺术魅力和时代精神。在这个过程中，分散的个体记忆，如非遗文化在个体传承过程中的记忆和经验，通过大众传媒进行整合和传播，进而嵌合到集体记忆中，同时也激发了非遗传承人对于非遗文化的自豪感和责任感。

而河南卫视与抖音联合打造的电视节目《中国家宴》则关注了中华文化中的“宴饮文化”。该节目以风味趣谈及影视演绎的方式进行双向叙事，多维呈现“宴会仪式”在历史与当下的传承与发展。节目对婚宴、周岁宴、鹿鸣宴等不同场景主题进行展现，其中既有美食的诱惑，也充满了深厚的情感。无论是节目中展现的才子佳人“和耽和乐谐琴瑟，双宿双飞羡凤凰”的琴瑟和鸣，还是父母对子女“惟愿孩儿愚且鲁，无灾无难到公卿”的深切关爱，都通过“宴”这个形式，让观众找到家的感觉，捕捉到了属于每个人的温情瞬间，更让观众感受到家宴背后中国的礼乐和秩序。由此可见，这些节目通过根源性叙事和大众性话语实现了集体记忆的激活，帮助观众完成了对自身文化身份的认同。

### 1.3 心态文化：凝聚与归属

由人类社会实践和意识活动中长期演化培育出来的价值观念、审美情趣、思维方式等构成了心态文化层。[4]心态文化是中华文化之精髓，涵盖价值观、道德观、审美观等。它源于社会实践与意识活动的深厚积累，经专业文化人士的理论提炼和艺术完善，通过书籍、艺术作品等物化形态，广泛传播于社会，并流传后世。近年来，电视文化类节目不仅丰富了传统文化载体的影像表达与故事讲述，而且更加注重对人文品质和精神品格的全面性与专业化阐释。通过讲述历史故事、品味珍馐美馔、解读经典文献等方式，电视文化类节目深度展现了中华文化的深层次内核，从而凝聚了观众对民族精神的归属意识。

如央视的《非遗里的中国》节目不仅关注非遗技艺的传承，更强调非遗文化的精神内核。在节目中，非遗传承人深度挖掘并继承先辈们的智慧和精神品格，他们在保护传统文化过程中展现出了强烈的凝聚力，同时也塑造了新时代的敬业精神、工匠精神以及创新精神。节目引领观众走进全国各地，探寻和拜访“大隐隐于市”民间匠人，以直观真实的视角呈现手工匠人的手工技法与匠心设计。在节目中，几位代表性传承人都反复说道：“如果我们这一代人不保护的话，就没有人保护了。”这不仅表现出他们对传统技艺的尊重与坚守，同时也是对中华传统文化精神中“敬业乐群”和“忠于职守”观念的具体呈现。

《一馔千年》节目通过展现食物背后的历史、文化和传承，展现了我国饮食文化的人文美和精神美。在第一季节目中，《清明上河图》作为核心元素，其中所展现的北宋世界的珍馐美馔被呈现于餐桌之上，通过探索假蛤蜊等食材的起源与发展变迁，节目揭示了中国古代饮食文化的丰富内涵与历史演变。假蛤蜊的制作灵感来源于《清明上河图》《东京梦华录》和《事林广记》等古籍，它不仅是南方士人北迁后对家乡的思念，更是宋代平民因真蛤蜊价格昂贵而选择的替代品。后续节目中，镜头转向嘉宾何春寰，其对海峡两岸的回忆与假蛤蜊映射的情感内涵相互交织。节目中浓厚的乡愁氛围，使美食所承载的文化记忆更具深远意义。

## 2. 叙事视角：中华文化的多维视角呈现

叙事学家茨维坦·托多罗夫认为：“事物的各个方面都由使之呈现于我们面前的视角所决定。”[5]叙事视角简单来说是指叙述者观察和讲述故事的方式，它对作品的内容呈现与主题表达具有显著的影响。根

据叙事人物的身份、角色及其与叙事事件的相对关系，叙事视角可以被划分为限知性叙事和全知性叙事。在叙述学中，不同的叙述视角产生不同的含义，电视文本也不例外。近年来，电视文化类节目在叙事视角的选择与运用上更加灵活多变，这种多维视角的叙事方式不仅有助于提升节目的趣味性和观赏性，还有助于呈现更加立体、深刻的中华文化。

### 2.1 限知视角：中华文化的个体感知呈现

限知视角是指叙事者只能对部分角色的思想和感受有直接了解，而对其他角色则无法洞察。限知视角是使动态影像对世界感觉精致化和深邃化的一种标志。[6] 这种叙事方法强调受众与特定角色之间的亲密感和共鸣。借助限知视角，受众能更加深入地了解某个具体角色的心理活动，进而更加准确地理解故事的发展。同时，限知视角叙事由于其显著的个性化情感特征，为观众创造了一种强烈的身份代入感，从而更加有效地引发了叙事内容与观众之间的认知共鸣。限知叙事视角在电视文化类节目中可以通过自我言说、口头交流、随机采访、内心独白等形式，呈现个体对某一事件或现象的自我感知。

例如在《如果国宝会说话》中，就有三种限知视角的讲述方式：首先是第一人称解说，解说者从自己的视角对文物进行描述和解释，可以让观众更好地感悟解说者的个人观点和情感；其次是拟人化叙述，解说者从文物的角度出发，以拟人化的方式对文物进行描述，可以增加文物的故事性和生动性，使观众能够更好地理解和感受文物；最后是专家讲解，由专业人员对文物进行深入的讲解，分享他们与文物的故事，提供深入的学术见解和丰富的经验，专业的解读也让受众更好地了解国宝的历史地位和学术价值，增加节目的专业性和提高内容的可信度。

在电视文化类节目中，运用亲历者视角或体验者角色可丰富叙事视角，可以拉近观众与某一历史人物心理距离或对传统文化进行有效补充。在《上新了·故宫》第一季第六期节目中，通过邀请曾参演《末代皇帝》的演员邬君梅作为嘉宾，节目组成功地激发了观众对末代皇帝溥仪历史故事的兴趣。邬君梅在节目中分享了自己在拍摄《末代皇帝》时的故事和内心活动，这些由事件亲历者讲述的故事使得观众能够更加真实地感受和理解历史。而在《非遗里的中国》节目中，演艺嘉宾扮演体验者的角色，且这些体验者与城市非遗项目具有一定的关联性，比如在节目第十一期的“陕西篇”中就邀请了以唱陕北民歌而走红的王二妮。作为演艺嘉宾，他们在外在形象、肢体表达、情绪传递方面相较于普通人更有优势，因此，通过沉浸式的互动体验后输出的感受也更为真实，使得节目在影像和语言展示的基础上，进一步通过表情和情绪传递，从而拓展了整个叙事视角。

### 2.2 全知视角：中华文化的全景式呈现

全知视角是目前应用最为广泛的一种叙事视角，这种叙事视角的显著特征就是：叙事者可以从任何角度来对作品中发生的事件进行探究，可以掌握作品中涉及的每个人物的内心想法，当然也可以在一些情况下把自己作为一个旁观者。[7] 区别于限知视角的个体呈现，客观视角着眼于叙事的整体进程，以完整宏观的视野为叙事的着力点，对所有角色和事件进行客观描述。在电视文化类节目中，全知视角叙事观照中华优秀传统文化的全景式呈现，利用丰富的视听元素，如镜头、旁白、配乐或字幕等，旨在为观众提供一个全面、真实、客观的了解视角，从而帮助观众深入理解节目的主题和内容，并从多个侧面加强论证了中华优秀传统文化的魅力，极大丰富了抽象主题的具象性和感召力，有效增强了叙事张力。

一方面，节目制作者通过设置主持人或解说员等引领者的角色来引导观众，以提升节目信息传递的清晰度和说服力。近年来，我国电视文化类节目呈现出一种集探秘、访谈、秀演、体验等多种环节于一体的多元化传播模式。此类节目中，参与者众多，既有表演嘉宾，也有行业专家和普通观众。在这种情况下，仅对人物行为的记录可能无法提供足够完整的画面信息。因此，大部分节目都会设置主持人这一角色，以全知的、客观的视角介入，从而有效地补充节目内容。以《非遗里的中国》为例，节目开场后，主持人撒贝宁会化身为“导游”，引导观众来到户外街区，现场观看非遗展示，寻找非遗项目的传承人。此时，主持人就是一个全知者的角色，对节目全局进行把控。

另一方面，节目在开场通常会对具有地域文化特色的景观进行全景式的展示。电视节目的开场展示往往被认为是一种“定调”的过程，通过各种视听元素的组合，为观众营造出一种情感氛围和认知期待，从而引导他们进入节目的叙事框架。这种“定调”作用，既体现在具体的镜头语言和音乐设计上，也体现在主持人的旁白和解说以及字幕等元素中。《非遗里的中国》江苏篇用江苏民歌《茉莉花》作为开场，展现江苏非遗文化的快速剪辑，引导观众进入淮剧小镇，同时展示江苏代表性非遗项目名称。而《上新了·故宫》第一季第一期则通过拍摄故宫的空镜头和游客参观的快放镜头，辅以院长单霁翔的旁白，传达节目“现代与传统交融”的主题，构建宏大且接地气的叙事基调。

### 3. 叙事模式：中华文化的跨媒介叙事扩展

跨媒介叙事指“一个跨媒体故事横跨多种媒体平台展现出来，其中每一个新文本都对整个故事作出独特而有价值的贡献”。[8] 在媒体融合与文化整合的语境下，技术与文化双重作用力推动电视文化类节目在内容创新与形式变革中不断发展，进而提升了其叙事能力。以中华优秀传统文化为根基与底色的电视文化类节目，突破传统叙事模式，创新采用独特叙事风格，呈现出跨媒介叙事的特点。跨媒介叙事通过互文性表达和多渠道叙述布局对传统文化进行转化和创新，使元文本不断生成新的意义和内涵，从而让中华优秀传统文化在新时代焕发出别样生机。

#### 3.1 中华文化的互文性表达

“互文性是一个文本（主文本）把其他文本（互文本）纳入自身的现象。是一个文本与其他文本之间发生关系的特性。”[9] 文学理论家朱莉娅·克里斯蒂娃在其著作《符号学》中明确提出互文性概念。她强调，互文性是所有文本的基本属性，没有任何文本能够摆脱互文性的影响，互文性不仅存在于文本内部，也存在于不同文本之间，所有文本都彼此相互影响、相互参照。电视文化类节目在对中华优秀传统文化进行视听化的再创作时，必然涉及传统文化元素与现代元素的共存内容表现需求，以满足当代观众的审美需求和认知习惯。在这类节目中，互文手法的运用可以建立不同符号元素之间的链接，使不同文本相互参照牵连，形成可供无限扩展的符号网。

新媒介技术使中华文化通过再媒介化和互文性改造在新媒介中传播，使其在数字时代焕发魅力。《典籍里的中国》将优秀的中华文化典籍通过荧幕呈现出新颖的具象形式和全新的演绎。具体来说，该节目借助不同媒介特性，通过戏拟、改编等形式对元文本进行互文性改造，重塑中华文化典籍的时空场域符号，并实现纸质文本到视听符号的符码转换。同时，该节目还利用了数字媒介技术赋能，运用环幕投屏、增强现实（AR）以及实时追踪等现代舞台技术，展示了典籍的起源、发展及传承过程，在历史场景与现代元素的对话中，实现了由纸质媒介到戏剧、影视媒介的跨媒介转化。

除此之外，一些节目还注重与当代社会语境的互文。例如，河南卫视的电视节目《中国家宴》在呈现现代家宴的变迁和流行趋势时，节目组还融入了现代社交方式、饮食潮流等元素，深入分析了这些元素对传统家宴文化的影响和改变。再比如，《典籍里的中国》所展现的中华文化典籍中的先贤智慧，无论是集中国药物学之大成的《本草纲目》，还是蕴含传统仁德智慧的《论语》，都具有鉴古知今的时代价值。在媒介融合的背景下，这种叙事方式展示了跨媒介互文性机制的创新，促进了中华优秀传统文化底蕴与时代价值的整合。

#### 3.2 多渠道的叙事布局

在《文本盗猎者：电视粉丝与参与式文化》一书中，詹金斯指出，重复又多余的内容会导致观众失去兴趣，从而可能导致系列性作品的失败。为了吸引新用户，提供新层次的内容至关重要。对于一家涉足不同媒介领域的公司来说，实现媒介产品的跨媒介流动至关重要。[10] 电视文化类节目充分发挥不同媒介平台的优势，通过多渠道的协同叙事，以满足受众多样化的需求。借助“渠道融合”策略，受众能够从任意平台获取信息，并进入构建的故事网络，从而扩大受众覆盖范围和影响力。

首先，节目通过多平台传播互动，如视频网站、微信公众号、短视频等实现跨界布局。文化音乐节目《经典咏流传》在微信公众号上设置了“跟着康震学经典”“经典冷知识”等专栏，充分发挥“微”传播的影响力。同时，抖音等短视频平台则将节目拆分为舞台纯享、品读经典、幕后创作、节目花絮等视听片段，以满足不同用户的视听需求。而文博探索类节目《国家宝藏》也以全方位、多渠道的跨媒介传播，进一步丰富了与受众的互动形式。其不仅在多个新媒体平台进行了广泛传播，还充分利用哔哩哔哩视频弹幕网站（B 站）的特点，开设了主播专栏，同步推出系列节目，并通过与喜马拉雅 FM 合作同时推出音频节目。

其次，节目通过影视剧这一传播渠道，借助高质量的影视作品，强化观众对节目内涵的理解。河南卫视的《唐宫夜宴》不仅关注其自身的文化内涵，而且表现出对艺术界人士的关怀，更为其注入了值得称道的历史观、时代观与大局观——以一支舞蹈的诞生始末，追溯中华文化的五千年历史，概括了人生的百态，并反映了社会的多样现状。时代剧《我们这十年》的首个单元以广受欢迎的舞蹈节目《唐宫夜宴》为背景，将舞蹈背后的故事进行艺术加工，呈现于影视剧的荧幕之上。该剧通过串联年轻舞者和舞蹈编导的故事，讲述了这支舞蹈背后横跨十年乃至千年的历史。这种表现形式不仅让观众在不同的平台上对舞蹈有了更为丰富的认知，同时也为舞蹈作品的传播提供了新的视角。

### 结语

中华优秀传统文化是中华民族的突出优势，是我们最深厚的文化软实力。[11] 为了提升我国的文化软实力、建立文化自信以及构建社会主义文化强国，必须推动中华优秀传统文化的创新性发展和创造性转化。电视文化

类节目作为最具代表性和典型性的节目类型，肩负着弘扬中华优秀传统文化的责任和使命。这一节目类型以新颖灵活、富有趣味的现代元素和多元形式为叙事特点，注重对我国优秀传统文化的大众化展示和通俗化解读，以深入浅出的叙事策略，连接高雅传统文化、深刻人文精神和社会大众，不仅丰富了观众的精神文化生活，还推动了社会主义文化的繁荣发展，为坚定中华民族文化自信发挥了重要作用，也为新时代电视文化类节目内容生产与传播提供了有益的借鉴。

## 参考文献


[1] 胡智锋，胡雨晨 . 五年来中国电视文艺发展述评 [J]. 当代电视，2022（2）：13-19.

[2] 张岱年 . 中国文化概论 [M]. 北京：北京师范大学出版社，2014：4.

[3] [ 德 ] 扬 - 阿斯曼 . 文化记忆：早期高级文化中的文字、回忆和政治身份 [M]. 金寿福，黄晓晨，译 . 北京：北京大学出版社，2015：15.

[4] 张岱年 . 中国文化概论 [M]. 北京：北京师范大学出版社，2014：4.

[5][ 法 ] 茨维坦・托多罗夫 . 诗学 [M]. 怀宇，译 . 北京：商务印书馆，2018：45.

[6] 杨冬梅 . 影视叙事研究 [D]. 兰州：兰州大学，2007.

[7] 申丹，王丽亚 . 西方叙事学：经典与后经典 [M]. 北京：北京大学出版社，2010：95.

[8][ 美 ] 亨利・詹金斯 . 融合文化：新媒体和旧媒体的冲突地带 [M]. 杜永明，译 . 北京：商务印书馆，2012：157.

[9] 秦海鹰 . 互文性理论的缘起与流变 [J]. 外国文学评论，2004（3）：19-30.

[10][ 美 ] 亨利•詹金斯 . 本盗猎者：电视粉丝与参与式文化 [M]. 郑熙青，译 . 北京：北京大学出版社，2016：197.

[11] 曹杰 . 提升中华优秀传统文化的国际传播效能 [J]. 人民论坛，2024（8）：104-106.


**作者简介：**赵畅（2000—），女，河南许昌，河南大学新闻与传播学院硕士研究生，研究方向为视听传播。

（责任编辑：李艳松）

（上接第28页）

需要知识的认识和理解。

## 参考文献


[1] 莱恩・多亚夫，伊恩・高夫. 人的需要理论 [M]. 汪淳波，张宝莹，译. 北京：商务印书馆，2008：104.

[2] 李根珍 . 大众传媒在思政教育中的应用及创新 [J]. 高教学刊，2017（1）：161-162.

[3] 杜刚 . 论政治视域中的大众传媒与执政党 [J]. 湖北社会科学，2020（6）：151-160.

[4] 尹世杰 . 论生态需要与生态产业 [J]. 湖南师范大学社会科学报，1998（5）：1-5.

[5] 司金銮 . 生态需要新论 [J]. 现代经济探讨，2000（12）：9-12.

[6] 柳杨青 . 生态需要内涵研究——生态经济学应加强对生态需要内容的研究 [J]. 江西财经大学学报，2004（1）：14-16.

[7]龚天平，袁家三 . 论生态需要及其满足途径 [J]. 吉首大学学报（社会科学版），2019（6）：58-66.

[8] 马克思恩格斯全集（第 31 卷）[M]. 北京：人民出版社，1972：251.

[9] 王建华，王缘 . 环境风险感知对民众公领域亲环境行为的影响机制研究 [J]. 华中农业大学学报（社会科学版），2022（6）：68-80.

[10] 王全权 . 生态文明建设的大众媒体传播维度 [J]. 南京林业大学学报（哲学社会科学版），2013（4）：1-7.

[11] 马克思恩格斯全集：第 6 卷 [M]. 北京：人民出版社，1956：275.

[12] 陈相雨，王丹 . 大众传媒参与生态文明建设的理念定位和实践路径 [J]. 阅江学刊，2015（2）：96-102.


**作者简介：**郇晓燕（1977—），女，浙江江山人，北京交通大学马克思主义学院教授，博士生导师。研究方向为科技与社会、生态文明。李龙鑫（1988—），男，山东滨州人，北京交通大学马克思主义学院博士研究生。研究方向为科技与社会、生态文明。